

# BAB 11

## Penentuan Harga Ritel

# Pentingnya Penetapan Harga

- ▣ Penetapan harga saat ini sangat penting karena pelanggan memiliki banyak **alternatif pilihan** dan **informasi**
- ▣ Pelanggan selalu mencari **Nilai** dalam setiap pembeliannya

$$\text{NILAI} = \frac{\text{Manfaat/Keuntungan Yang dipersepsikan}}{\text{Harga Barang/Jasa}}$$

# Strategi Harga

## 1. High/Low Pricing

- Pengecer menggunakan strategi sering melakukan strategi High/Low Pricing dengan cara memberikan diskon untuk barang dagangan (yang dilakukan tiap mingguan) melalui promosi penjualan.



## 2. Everyday Low Pricing

- Strategi ini memberikan jaminan bahwa toko ritel menyediakan barang dagangan dengan harga yang rendah sehingga menguntungkan pelanggan



# Keuntungan Masing2 Strategi Harga

## HIGH/LOW PRICE

- ▣ Peningkatan Laba

Peritel dapat mengenakan harga yang lebih tinggi kepada pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga dan mengenakan harga yang rendah untuk pelanggan yang sensitif terhadap harga.

- ▣ Menciptakan Pengalaman yang *Exciting*

Sering tercipta atmosfer “dapatkan selagi masih diskon” diantara para pembeli sehingga meningkatkan pengalaman berbelanja

- ▣ Memungkinkan Peritel menyingkirkan barang yang *slow moving*.

## EVERDAY LOW PRICE

- ▣ Menjamin pelanggan dengan menyediakan barang dengan harga murah.
- ▣ Mengurangi iklan dan biaya operasional.
- ▣ Mengurangi stockouts dan meningkatkan manajemen persediaan.

# Pertimbangan Untuk Menentukan Harga

1. Sensitivitas harga konsumen
2. Biaya barang dan jasa
3. Kompetisi
4. Batasan-batasan Hukum



In the United Kingdom, Asda is in a price war with other major grocery retailers Sainsbury, Tesco, and Morrisons.

**Price Sensitivity**



**Competition**



**Retail Price**



**Cost**



**Legal Constraint**



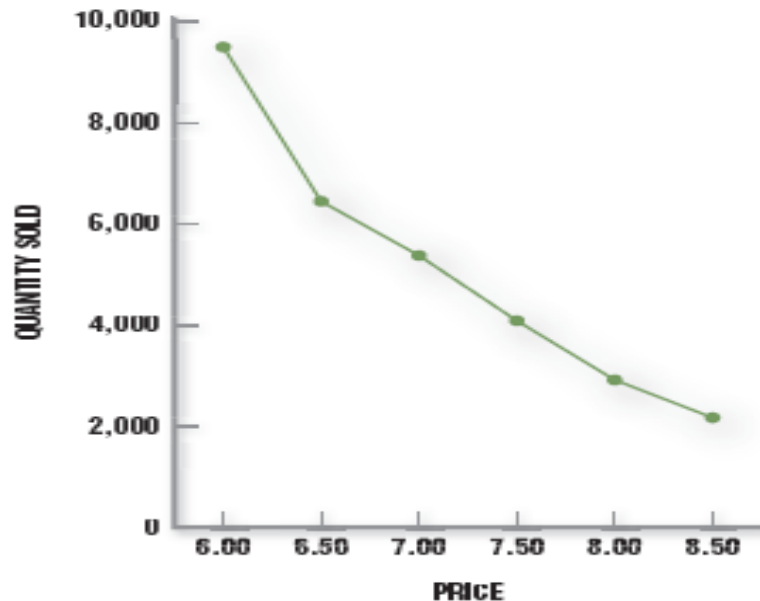
# Sensitivitas Harga Pelanggan dan Biaya

**EXHIBIT 14-1** Data from Price Experiment

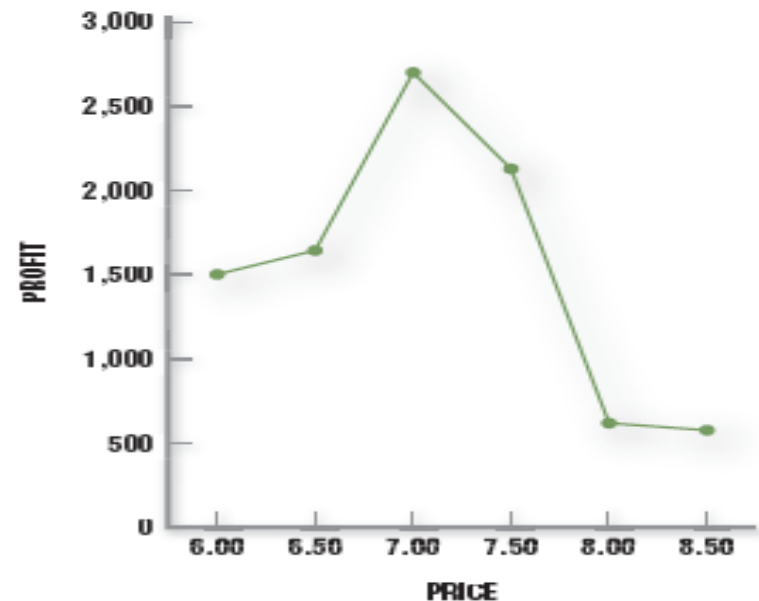
**EXHIBIT 14-1a** (a) Data from Price Experiment

(1) Theater	(2) Price	(3) Quantity Sold	(4) Column (2) × Column (3) Revenue	(5) Column (3) × \$5 Variable Cost per Ticket Variable Cost	(6) Fixed Cost	(7) Column (4) – Column (5) – Column (6) Contribution to Profit
1	\$6.00	9,502	\$57,012	\$47,510	\$8,000	\$1,502
2	6.50	6,429	41,789	32,145	8,000	1,644
3	7.00	5,350	37,450	26,750	8,000	2,700
4	7.50	4,051	30,383	20,255	8,000	2,128
5	8.00	2,873	22,984	14,365	8,000	619
6	8.50	2,121	18,029	10,605	8,000	-577

**EXHIBIT 14-1b**  
(b) Quantity Sold at Different Prices



**EXHIBIT 14-1c**  
(c) Profit at Different Prices



# Menentukan Sensivitas Harga

## A. Menentukan Elastisitas Harga

$$E_d = \frac{\text{Persentase perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{Persentase perubahan harga}}$$

Untuk memudahkan perbandingan di atas dapat dijabarkan sebagai berikut.

$$E_d = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

### Keterangan:

$E_d$  = Elastisitas permintaan.

$Q$  = Kuantitas sebelum perubahan harga.

$P$  = Harga awal.

$\Delta Q$  = Perubahan jumlah yang diminta.

$\Delta P$  = Perubahan harga.

## B. Daftar Elastisitas Harga Tiap Produk

Product Class	PRICE ELASTICITY	
	Short Run	Long Run
Clothing	-0.90	-2.90
Wine	-0.88	-1.17
Jewelry and watches	-0.44	-0.67
Gasoline	-0.20	-0.60

## C. Menentukan Harga yang memaksimalkan Keuntungan

$$\text{Harga Yang Memaksimalkan Keuntungan} = \frac{\text{Elastisitas Harga} \times \text{Biaya}}{\text{Elastisitas Harga} + 1}$$



# Menggunakan Daftar Harga Kompetisi

- ▣ Kebanyakan pengecer secara rutin mengumpulkan data harga tentang pesaing mereka untuk melihat apakah mereka perlu menyesuaikan harga mereka untuk tetap kompetitif

SKU	CVS	Winn-Dixie	Walmart
Centrum Vitamins (130 tablets)	\$9.49	\$9.99	\$8.26
Tylenol Liquid	6.49	4.69	5.47
Emfamil Liquid Baby Food	3.29	2.99	3.13
V05 Shampoo	0.99	1.19	0.97
Pedialyte (1 liter)	5.79	5.29	
Colgate Toothpaste (6 oz.)	2.99	2.99	2.84
Duracell AA Batteries (4 pack)	4.79	3.49	3.24
9 Lives Canned Cat Food	1.49	1.29	0.98
Advil (50 caps)	5.99	5.59	
Edge Shaving Gel (7 oz.)	2.39	2.39	2.14
Competitive Price Index*	100%	91%	85%

\*Only common items are indexed.

# Cara Untuk Mengurangi Resiko Perang Harga

1. Mengembangkan Lini Produk Private Label Yang Unik
2. Bernegosiasi dengan produsen merek nasional untuk hak distribusi eksklusif
3. Mengusahakan vendor/Manufaktur membuat produk yang unik untuk Peritel



Here at Norridge Ace we sell a large variety of products ranging from electrical to kitchen supplies and appliances. We encourage our customers to look for interesting merchandise throughout the entire store. If you can not find it, we can order it or point you in the right direction. Be assured that we will do all that we can to make our costumers happy with the merchandise they purchase.



# Cara Menentukan Harga

1. Setting Harga Berdasarkan Biaya  
Harga Retail = Biaya barang dagangan + Markup



- 3.
- BEP (unit) = 
$$\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual/unit} - \text{Biaya Variabel/unit}}$$
- BEP (rupiah) = 
$$\frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - \text{Biaya Variabel/Harga Jual/unit}}$$

# Teknik Harga Untuk Meningkatkan Penjualan & Profit

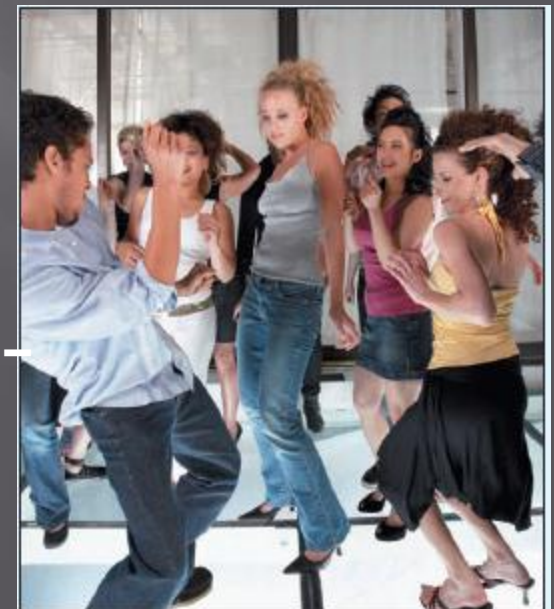
1. Penurunan Harga Dengan Promosi
2. Penurunan harga Untuk Merchandise Fashion (Untuk menarik Pembeli)
3. Kupon Diskon
4. Bundling Harga/paket
5. Multiple Unit Pricing
6. Zone Pricing (praktek penetapan harga yang berbeda di toko, target pasar, wilayah, atau zona tertentu).



**Paket Bundling Harga di MCD**



**Multiple unit Pricing**



**Ladies Night Berdasarkan Zone Pricing Berdasarkan market segment Tertentu**